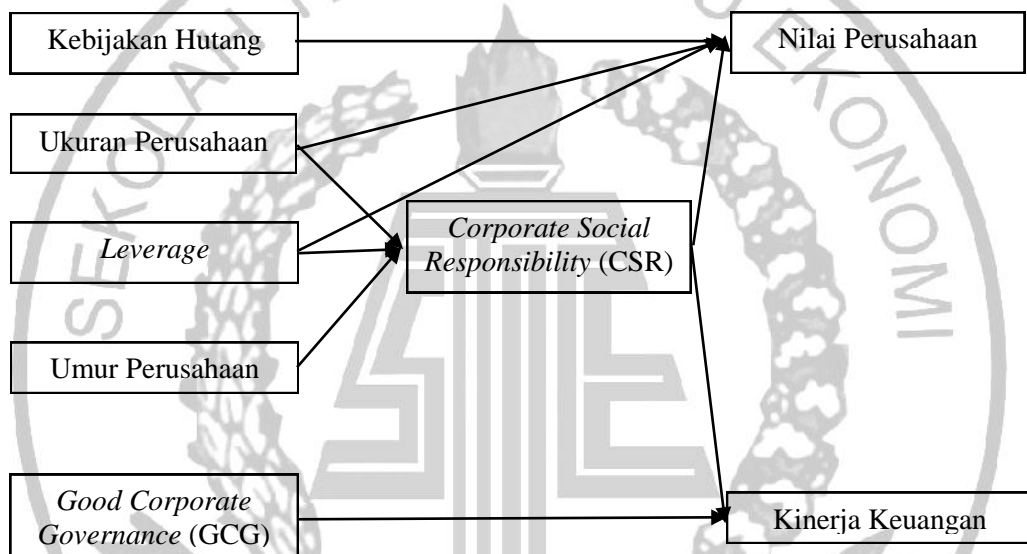


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berdasarkan pembagian riset kolaborasi mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka dibuat model kerangka penelitian secara menyeluruh seperti gambar berikut ini:



Gambar 1.1
Kerangka Menyeluruh Riset Kolaborasi

Berdasarkan pemikiran tersebut diatas, maka kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan dipengaruhi oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Leverage*, Kebijakan Hutang, dan Ukuran Perusahaan.

Perkembangan jumlah perusahaan manufaktur yang semakin pesat tidak atau belum didukung oleh pengawasan yang ketat, hal ini menimbulkan banyak permasalahan dalam dunia manufaktur. Sebagaimana telah diketahui perusahaan

manufaktur merupakan industri yang dalam kegiatannya mengandalkan modal dari investor, oleh karena itulah perusahaan manufaktur harus dapat menjaga kesehatan keuangan dan likuiditasnya. Keadaan tersebut menuntut kebutuhan dana yang cukup bagi perusahaan manufaktur untuk dapat bertahan dan bersaing. Salah satu cara yang diambil perusahaan untuk memenuhi kebutuhan guna mengembangkan agar tetap dapat bersaing adalah penjualan saham perusahaan kepada masyarakat melalui pasar modal.

Salah satu faktor yang diperhatikan calon investor dalam menginvestasikan dananya di pasar modal yaitu dengan melihat kinerja keuangan perusahaan. Selain kinerja keuangan, nilai perusahaan merupakan hal yang penting bagi calon investor dalam menanamkan modal. Nilai perusahaan menurut Nurlela dan Islahudin (2008) didefinisikan sebagai nilai pasar. Nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan. Dengan baiknya nilai perusahaan maka perusahaan akan dipandang baik oleh para calon investor.

Ketidakberhasilan untuk meningkatkan nilai dikarenakan tidak cermatnya pihak manajemen mengaplikasikan faktor-faktor yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Faktor-faktor tersebut dapat berupa faktor internal maupun eksternal dari perusahaan. Menurut Rahmawati (2002) dalam Yangs Analisa (2011) faktor eksternal yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan berupa tingkat bunga, fluktuasi nilai valas, dan keadaan pasar modal. Sedangkan faktor internal yang dapat memaksimalkan nilai perusahaan berupa pembayaran pajak, ukuran perusahaan, pertumbuhan, keunikan, risiko keuangan, nilai aktiva yang diagunkan profitabilitas, pembayaran dividen, *non debt tax shield*.

Peningkatan nilai perusahaan dapat tercapai apabila ada kerjasama antara manajemen perusahaan dengan pihak lain yang meliputi *stakeholder* maupun *shareholder* dalam membuat keputusan-keputusan keuangan dengan tujuan memaksimalkan modal kerja yang dimiliki oleh perusahaan. Apabila tindakan antara manajer dan pihak lain tersebut berjalan sesuai, maka masalah diantara kedua pihak tersebut tidak akan terjadi. Kenyataannya penyatuan kepentingan kedua pihak tersebut sering kali menimbulkan masalah. Adanya masalah diantara pihak manajemen dengan pemegang saham disebut masalah agensi (*agency problem*). Adanya masalah agensi tersebut akan menyebabkan tidak tercapainya tujuan perusahaan, yaitu meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini membutuhkan sebuah kontrol dari pihak luar dimana peran *monitoring* dan pengawasan yang baik akan mengarahkan tujuan sebagaimana mestinya. (Laila, 2011).

Akuntansi mengalami perkembangan pesat setelah terjadi revolusi industri, menyebabkan pelaporan akuntansi lebih banyak digunakan sebagai akibat alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal sehingga mengakibatkan orientasi perusahaan lebih berpihak kepada pemilik modal yang mengakibatkan perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat (sosial) secara tidak terkendali yang berakibat kerusakan lingkungan alam dan akhirnya mengganggu kehidupan manusia.

Kegiatan tanggungjawab sosial (CSR) di beberapa negara sudah lazim dilakukan oleh suatu korporasi. Bukan karena diatur oleh pemerintahnya, melainkan untuk menjaga hubungan baik dengan *stakeholders*. Pelaksanaan program CSR atau pertanggungjawaban sosial perusahaan merupakan investasi

yang penting bagi perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Pengembangan program sosial perusahaan dapat berupa bantuan fisik, pelayanan kesehatan, pembangunan masyarakat, beasiswa, dan sebagainya.

Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi perusahaan terhadap masyarakat. Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang kinerja sosial dan lingkungannya baik akan direspon positif oleh calon investor.

Penelitian KT. Yeni, Ananta, dan Gede Adi (2014) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian Faddly Akbar (2012) mengemukakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Adanya hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan menunjukkan bahwa semakin luas pengungkapan CSR maka nilai perusahaan juga akan semakin meningkat. Pelaksanaan CSR akan meningkatkan laba perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (*earning*) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan.

Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya *leverage* yang dihasilkan oleh perusahaan. *Leverage* dapat dipahami sebagai penaksir dari risiko yang melekat pada suatu perusahaan. Artinya semakin besar *leverage* akan

menunjukkan risiko investasi yang semakin besar pula. Perusahaan dengan tingkat *leverage*-nya rendah memiliki risiko investasi yang lebih kecil.

Sebuah perusahaan dikatakan tidak solvable apabila total hutang perusahaan lebih besar daripada total asset yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin tinggi *leverage* maka nilai perusahaan rendah dan semakin rendah *leverage* maka nilai perusahaan tinggi. Hal tersebut akan membuat investor berhati-hati untuk berinvestasi di perusahaan yang rasio *leveragenya* tinggi karena semakin tinggi rasio *leveragenya* maka semakin tinggi pula risiko investasinya (Weston dan Copeland, 2010).

Penelitian Siska, Restu, dan Yesi (2014) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Besar kecilnya hutang yang dimiliki perusahaan tidak terlalu dilihat oleh investor, karena investor lebih melihat bagaimana pihak manajemen perusahaan menggunakan dana tersebut dengan efektif dan efisien untuk mencapai nilai tambah bagi nilai perusahaan. Berbanding terbalik dengan hasil penelitian Verawati dan Juniarti (2014) yang menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kebijakan hutang dapat dihubungkan dengan nilai perusahaan. Kebijakan hutang merupakan kebijakan perusahaan tentang seberapa jauh sebuah perusahaan menggunakan pendanaan hutang. Kebijakan hutang termasuk kebijakan pendanaan perusahaan yang bersumber dari eksternal perusahaan. Penentuan kebijakan hutang ini berkaitan dengan struktur modal, karena hutang merupakan salah satu struktur komposisi dalam struktur modal. (Dwi Sukirni, 2012).

Penggunaan hutang sangat sensitif pengaruhnya terhadap perubahan naik atau turunnya nilai perusahaan. Penggunaan hutang yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan karena penggunaan hutang dapat menghemat pajak (Titin, 2013). Penggunaan hutang yang tinggi juga dapat menurunkan nilai perusahaan karena adanya kemungkinan timbulnya biaya kepailitan dan biaya keagenan (Weston dan Copeland, 1996:53). Besarnya hutang akan ditetapkan oleh perusahaan dan akan mempengaruhi nilai perusahaan itu sendiri.

Penelitian Dwi Sukirni (2012) menyatakan bahwa kebijakan hutang berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian Umi, Gatot, dan Ria (2012) mengemukakan bahwa kebijakan hutang berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan sebagainya. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal.

Penelitian yang dilakukan oleh Verawati dan Juniarti (2014) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan menurut Ayu dan Ary (2013).

Ketidakkonsistenan dari hasil beberapa penelitian di atas memberikan motivasi untuk meneliti kembali “**Pengaruh Corporate Social Responsibility**

(CSR), *Leverage*, Kebijakan Hutang, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di BEI Tahun 2012-2014”. Dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *corporate social responsibility*, *leverage*, kebijakan hutang, dan ukuran perusahaan pada nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi bahasan dalam penelitian ini, adalah:

1. Apakah *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh pada nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014?
2. Apakah *leverage* berpengaruh pada nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014?
3. Apakah kebijakan hutang berpengaruh pada nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh pada nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014.

2. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* pada nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014.
3. Untuk mengetahui kebijakan hutang pada nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014.
4. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan pada nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian yang akan dilakukan, diantaranya:

1. Bagi pembaca:

Diharapkan dapat menambah wawasan mengenai topik yang dibahas serta dapat dijadikan referensi dan dasar untuk melakukan penelitian sejenis di masa yang akan datang.

2. Bagi penulis:

Dapat memberikan wawasan mengenai pengaruh *corporate social responsibility*, *leverage*, kebijakan hutang, dan ukuran perusahaan pada nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014.

3. Bagi STIE PERBANAS:

Dapat memberikan manfaat serta tambahan informasi dan sebagai referensi ilmiah bagi mahasiswa lain yang sedang melakukan penelitian dengan topik sejenis.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang dari penelitian yang akan dilakukan. Pengungkapan permasalahan yang diangkat serta tujuan dan manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini juga akan disajikan dalam bab ini.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini terpaparkan mengenai penelitian-penelitian terdahulu yang menunjang dan landasan teori yang mendukung menjadi acuan dari penelitian ini. Penjelasan singkat tentang kerangka pemikiran.

BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini dipaparkan mengenai populasi, sampel, variabel dan teknik pengambilan sampel penelitian serta dugaan-dugaan tentang penelitian ini juga dituliskan pada bab ini. Selain itu dipaparkan pula mengenai teknik analisis yang akan dilakukan dalam penelitian ini.

BAB IV: GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Dalam bab ini berisi tentang gambaran subyek penelitian dan analisis data yang memuat analisis dari hasil penelitian dalam bentuk analisis deskriptif, analisis statistik, dan pembahasan.

BAB V: PENUTUP

Dalam bab ini menjelaskan kesimpulan yang berisi hasil akhir dari analisis data, keterbatasan penelitian, dan saran bagi pihak-pihak yang terkait dengan hasil penelitian.

